大数据时代背景下报纸与新媒体的融合探究

张 锐
（四川省德阳市德阳日报社，四川 德阳 618000）

摘 要：在数据元素支撑下，报纸行业开始探究新媒体的融合路径，取得了较好的社会效果。于此，为扩大这一效果，文章立足大数据背景下新媒体基本内容，以报纸融合新媒体意义为着力点，以新媒体环境下报纸困境为基点，探究数据信息背景下报纸与新媒体的融合路径，望对相关人员在该领域的工作和学习有所启发。

关键词：报纸与新媒体；概念特征；扩大覆盖；强化影响力；提升速度 **中图分类号：**G210.7 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）11-076-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.11.023
本文著录格式：张锐．大数据时代背景下报纸与新媒体的融合探究 [J]. 中国传媒科技，2021（11）：76-78.

随着新媒体技术的深化发展，我国报纸行业受到了一定冲击，而为适应更加复杂的媒体环境，[1] 报纸行业开始立足自身行业特色，调整自身行业构架，并轨发展媒体新技术，向自身发展注入鲜明的时代动能，这为报纸的深化发展奠定了一定基础。尤其随着中国特色社会主义框架的逐渐完善，报纸将会面对更加“高维”的挑战和机遇，实践证明通过提升报纸与新媒体的契合度，可为报纸面向未来发展提供活性保障，可助力报纸现代化转型发展。基于此，文章对报纸与新媒体融合发展研究，具有一定意义。

1. 大数据背景下新媒体基本内容

1.1 概念与特征

Long Goldmar（哥伦比亚）媒体人在研究数据环境下的媒体信息传播基础上，最先提出了“新媒体”概念。[2] 然而，尽管“新媒体”已经取得了非常大的成就，但由于其拥有非常高的包容性，因此其仍没有明确的定义。而由于新媒体主要用于信息流通，由此一些学者将其定义为受众信息接触的媒介窗口，比如博客、移动媒体、移动电视等。

当然，随着大数据技术的逐渐渗透，新媒体的时代特征更加明显：一方面其能完整的再现传统媒体的表现形式，例如，音频、图像表征、文字特征等；另一方面其不仅仅是媒体信息流转的终端，还具有一定的互动性，即能实现媒体和受众的即时互动，提升信息流通的鲜活性。

1.2 基本类型

梳理新媒体相关内容，其目前主要包括网络杂志、互联网电视、微信、在线游戏、搜索引擎、手机电视及门户网站等类型。其中手机媒体几乎囊括了新媒体服务，实现了受众群体被动信息获取的突破，提升了受众的主体地位，完美实现了大众传播和人际传播，因此可作伟新媒体软件和硬件的主体。

2. 大数据背景下报纸与新媒体融合发展的意义

2.1 扩大报纸信息流通的覆盖面

受自身和历史等因素的限制，报纸基本以纸质方式展示，人们日常对报纸的认知或了解也是通过报刊等形式，[3] 这在一定程度上影响了报纸的覆盖范围，限制了其发展。随着报纸行业不断提升同新媒体的契合度，其行业体系也发生明显的变化，报纸只要梳理好其中的相关要素，并立足自身权威性、引导性等要素，就会逐渐扩大报纸的辐射范围，逐渐提升受众与报纸的接触面，进而在提升受众黏性的同时，增加受众群体。同时，这也会在一定程度上降低报纸的传播成本，符合当前环境下信息的绿色传播、数据传播发展。

2.2 强化报纸媒体的影响力

通过将新媒体并入报纸行业构架，可强化其影响力。究其原因，报纸行业本身具有一定特殊性，是权威信息流通的核心渠道之一，[4] 受众对其有较大的关注度。尤其在报纸深刻而立体的剖析下，非常容易吸引大众的视野和阅读兴趣。而融入新媒体后，受众在相关平台“合理引导下”，可就报纸内容进行自由讨论，当参与这一互动的受众达到一定数量后，便会形成具有时代特色的报纸影响推动力，提升报纸在现代媒体环境中的影响力。

2.3 提升传播速度

实践表明，新媒体在报纸领域的深入发展，可提高报纸行业的信息传播速度。传统报纸体系要想传递相关信息，需经过系统而复杂的环节，[5] 比如信息采集、内容编辑、排版及印刷等，这就会加大受众从报纸中获得信息的时间周期。同时，针对某些影响较大的社会事件，报纸记者还会对其进行深入调查、不断重新编辑，影响报纸信息的及时性。结合新媒体的数据性属性，则能助力报纸行业打破这一藩篱，两者的结合不仅完善了报纸行业新环境的产业构架，降低内容制作周期，还能提升报纸信息的流通速度，让受众在短时间内获得其预想的

社会信息内容。

2.4 产品形态多维化

报纸和新媒体的深度融合，衍生出多种报纸形态，提升了报纸行业的技术壁垒，实现了报纸的现代化发展需求。具体而言：在新媒体融合发展进程影响下，报纸产品已经面向数据形态，以适应大数据环境下的受众需求，比如三维报纸、有声报纸、二维码报纸等，尤其在各种移动终端媒介支撑下，其形态几乎发展到当前媒体环境的极致状态。

3. 新媒体环境下报纸行业发展的困境

事实上，尽管目前报纸行业已经开始探究自身与新媒体技术的结合点，并逐渐提升自身的技术属性，在一定程度上促进了报纸行业的现代化发展。但梳理两者并轨轨迹可以看出，部分报业单位或企业仍存在一定不足，不利于自身行业体系的发展。

3.1 受众群体偏老龄化

受众群体偏老龄化是影响当前报纸媒体环境发展的重要因素。目前，受众阅读习惯、媒体信息应用等原因影响，老年受众已经成为报纸阅读的主体，青少年和中年群体等由于新媒体技术空间和时间的优势，更加倾向于通过其他媒体来获得自己偏好的社会信息。当然，尽管一些报纸发行机构开始依托新媒体技术扩展业务领域，收获了一定量的受众群体，但由于自身行业思维和模式的影响，无法长时间吸引青年群体，导致自身受众群体量起伏不定。

3.2 缺乏技术性人才支撑

人才是支撑报纸发展的核心要素，尤其是其中的复合型人才更是报纸行业新媒体提质增效的关键。但梳理当前报纸行业的发展情况可以看出，一方面报纸行业人才体系空白较大，无法形成强劲的推力加速媒体融合进程，一方面人才体系的综合技能素养同时代发展脱轨，导致缺乏基本的技能支撑，影响了报纸在现代媒体环境下的深入发展。

3.3 权威性不足

目前报纸行业缺乏应有的权威性。权威性是报纸行业立足的根本，是报纸行业联系受众群体的核心枢纽。但随着新媒体技术的发展，一些报业公司为获得更好的发展效果，开始“博眼球”“抢流量”，以满足提升自身行业的竞争力。殊不知，看似获得了一定量的受众群体，但其会降低报纸行业得权威性、引导性，过度消费受众群体的信任度，进而导致报纸的新媒体行业陷入发展“泥沼”。

4. 大数据下报纸融合新媒体技术路径

在技术、人才等要素支撑下，新媒体不断刷新人们的理解和认知，为人们带来了更加人性化的信息获取方式，这就给报纸行业构架形成了难以预计的冲击和机遇。[6] 为应对这一环境，报纸行业应立足自身优势，围绕自身特点，以新媒体相关技术为着力点，以共同发展、合作发展、优势互补等为原则，进行适应性改革。当然，为防止两者的融合居于表层，还应充分挖掘两者的关联性，提升两者横向和纵向的信息流通，以保障两者的发展既符合信息的未来性发展，又符合报纸本体发展趋势。由此，两者的融合发展，需从以下几个维度展开。

4.1 充分利用新媒体技术

要想提升新媒体和报纸的互融性，应从新媒体相关技术着手。在高速发展的信息技术支撑下，新媒体的发展速度越来越快，[7] 其中数据信息流通方式得到了预期的发展，比如当前较为主流的微信、微博等门户网站。当然新媒体技术的深化，除丰富了数据信息的流通模式，更提升了其社会影响力。在此基础上，报纸应立足新媒体相关技术，顺应时代发展，打破“纸”的限制，进入数据“报时代”。也就是要充分利用新媒体相关技术平台，将提升“报道”的覆盖面、影响力，进而助力报纸行业迈上新台阶、取得新突破。以当前新媒体移动终端信息技术为例，报纸行业应立足受众手机客户端，赋能报纸现代数据属性。究其原因，目前手机已经成为影响人们的关键窗口，通过开发契合手机端口的报纸门户，可跨空间和时间的将受众和报纸行业连接在一起，以拉近报纸和受众两者的距离。特别是在利用新媒体平台互动基础上，可让报纸行业更加直观地了解目前受众的偏好，如其中相关的评价、读后感等，并在此基础上合理调整自身发展方向，以适应受众多维而个性的信息获取偏好。因此，在当前的环境中，报纸应充分用新媒体的相关技术，结合线下优势，快速布局线上端口，如微信、抖音、微博、App 等平台，以保障自身在当前媒体环境下的不偏航、不落伍，以真实实现自身的现代化发展。

4.2 优化受众群体构架

受众体系构架是保障报纸在新媒体环境下持续发展的根本。因此应对其予以相应重视。相关编辑人员已深入研究当前环境下不同年龄层对信息获取的喜好，[8] 并依据自身发展趋势，对报纸行业进行新媒体式优化，以保障报纸的“可持续”发展。相关报纸媒体人应围绕报纸各年龄层的发展，精准定位各年龄层人员的真实需求，并依据其中合理的需求，调整自身表现方式、构架等。即一方面要让报纸内容更加接地气，如《民法典》相关内容的解读；另一方面应采取更加多维的方式，优化自身展示方式，以重构各年龄段人员对报纸行业的理解和认知，比如通过大数据对比分析，推送更加年轻化等有针对性的内容。其次，应创新或突破现有内容形式的限制，即为让年轻群体参与到报纸话题的讨论上，除了立足内容的呈现形式，还应在行为脉络上符合当代年轻人的思维，提升年轻群体的参与兴趣，从而提升年轻群体的黏性，助力自身打破受众老龄化得藩篱。

4.3 强化技术人才支撑

在融合新媒体发展的过程中，报纸应动态提升人才队伍的技能鲜活性。良性的技能支撑，不仅能保障报纸

快速跨过新媒体融入的适应期，还能为其未来型发展奠定一定基础。由此，需对其予以相应重视。具体而言：首先，要结合平时提升和及时提升方式，动态强化原有队伍技能素养，如各种主题培训会。一方面引起相关队伍人才对新媒体背景下报纸行业技能学习的重视，让其主动转变、主动探索，继而不断提升队伍效能输出；另一方面赋予原队伍人才新环境下的职业素养，以防止其思想、行为走样；其次，应提高技术人才招聘壁垒，即新进人员除了要有基本的报纸技能素养，还应具有新媒体相关技术，如后台维护、数据收集、分析、受众信息保护等，以保障报纸行业新媒体环境的稳定发展。最后，需注意为维系队伍的活性，搭建相应的考评体系，动态考核队伍技能属性，并给予相应的奖惩，以保障队伍人才主动学习、主动提升。

4.4 强化报道的真实性

逐渐强化报纸报道的真实性。众所周知，权威性是报纸在现代化环境下的竞争优势。真实性是权威性的基本属性，权威性是真实性的内涵体现。当然，尽管新媒体拥有丰富的传播手段、较快的传播速度，能适应大众的“口味”。然而新媒体缺乏一定的权威性，特别是一些媒体机构为了获得发展，对一些信息进行了人为加工，影响了受众对信息的获取，影响了新媒体的权威性。因此，报纸行业在融合新媒体时，应立足自身权威性，强化自身的真实性。比如，在对《民法典》进行解读的过程中，不能依据主观臆断进行解读，应围绕我国法律主体《宪法》进行，如其中的离婚冷静期的解释，其本意是给离婚双方设定 30 天的冷静期，若其中一方不愿意离婚，那么离婚无效。而若涉及家暴的则不适用，或一方坚决离，另一方不愿意离，那么可提起离婚诉讼，这样便能绕过离婚冷静期。

4.5 提升报纸新闻的再生性

由于报纸本体因素限制，尽管报纸版面中有大量的报道信息，但很多有意义、有价值的新闻内容不能呈现在受众面前。新媒体技术背景下，报纸编辑人突破思维“藩篱”。即不能将新闻的数量局限于报纸版面，编辑可以充分借助多种现代网络信息平台来创新报纸新闻内容传播路径，提升其信息的再生性。报纸新闻编辑者可从不同平台自身具备的特点出发，对相同的新闻从多个角度进行阐释，从而实现新闻的多元化呈现。例如在纸质版新闻上可以严肃深刻，电脑版新闻可以图文并茂，手机新闻要语言精练，QQ 等上面的推送要相对生动。总的来说，通过报纸编辑工作内容，能够进行多次加工，促使相同的报道以不同的形式呈现在多个平台上，充分提升其影响力和传播范围，让其报纸新闻内容拥有更强的活性。

4.6 整合与创新报纸媒体资源

报纸内容的新媒体融合建设，是报纸的现代化发展路径。其中大数据背景下新媒体的技术优势，对报纸行业和新媒体的优势进行了资源整合，通过强有力的优势拼接，在既满足报纸优势也满足新媒体优势的情况下，报纸与新媒体的融合可以有效弥补自身的不足，同时提高报纸媒体的灵活性。此外，报纸媒体商业模式的创新也是一项非常重要的任务。首先，在投放报纸广告时做到定位精准，根据不同受众的不同需求进行广告创新、定价以及发放；其次，可进行付费阅读尝试，保障付费阅读的新闻价值，对付费阅读的新闻内容进行挖掘深究，提高报纸媒体行业的经济收益；最后，以大数据背景下新媒体技术为基础，充分利用其中相关技能和资源，以提高报纸媒体的权威性、先进性以及影响力。

结语

综上，在目前的媒体环境下，报纸行业要想得到持久、稳定发展，应结合自身优势，精准定位新媒体发展基点，并深入分析自身不足与优势，转变自身思维方式、管理办法，提出具有环境适应性的新媒体融合方式，以助力报纸的多元化、现代化、数据化等发展。由此，文章立足大数据环境下新媒体技术，并就报纸与新媒体的融和发展提出了六个维度措施，具有一定参考价值。媒

参考文献

[1] 陈彦玲 . 传统媒体与新兴媒体融合发展的困境与对策 [J]. 中国传媒科技，2021（3）：61-63.

[2] 胡中 . 从“纸”出发 融创未来——浅析赣南日报推动媒体融合发展的创新实践 [J]. 中国传媒科技，2021（3）：102-105.

[3] 姚梦 . 新媒体对报纸新闻采编的影响及纸媒的应对 [J]. 传媒论坛，2021（5）：40-41.

[4] 杨廷 . 新媒体时代报纸美术编辑工作转型与创新分析 [J]. 新闻文化建设，2021（1）：175-176.

[5] 练海林 . 借力新媒体，实现新融合——浅析地市级报纸媒体的融合发展 [J]. 记者观察，2020（32）：68-69.

[6] 刘晶 . 我国传统媒体与新兴媒体融合发展的现状、问题与创新路径探讨 [J]. 中国传媒科技，2020（10）：63-64.

[7] 谢嘉 .“新”媒体 “新”民生——论报纸民生新闻与新媒体的融合 [J]. 记者观察，2020（26）：28-29.

[8] 王亚男 . 融媒体环境下报纸发展困境和方向探索——以《呼伦贝尔日报》为例 [J]. 呼伦贝尔学院学报，2020（4）：86-88.

作者简介：张锐（1965-），男，四川都江堰，专业技术 8 级（中级），研究方向：报业新闻。

（责任编辑：胡杨）